

# Les correspondances avec les programmes scolaires

Fiches thématiques	Français	Maths	Anglais	Histoire	Géographie	SVT	Ens. mor.&sci.	Musique-Arts	Technologie	EPI	Parc. avenir	B2i	Fiches associées thématiques	Fiches associées méthodo
<b>T.1 Distinguer information et communication</b> Vecteurs de diffusion - Communication numérique - Information dans la publicité - Histoire et publicité - Actualité et publicité	●			●	●	●	●		●	●		4	T.2 T.3 T.4 T.10	M.1 Annexe M.3
<b>T.2 Les objectifs de la publicité</b> Intentions et objectifs - Mesures d'efficacité - Médias et budgets - Histoire des innovations médias	●	●		●					●	●		4	T.1 T.4 T.6 T.11	
<b>T.3 Comprendre les mécanismes de la publicité</b> Complémentarité des supports - Objectifs et registres - Différences culturelles - Musique et arts graphiques	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	3 4	T.5 T.6 T.7 T.12	M.3 Annexe M.3
<b>T.4 L'impact d'une publicité presse</b> Interprétation globale - Décryptage détaillé - Comparaisons	●							●				4	T.1 T.5 T.8 T.9	M.2 M.3 Annexe M.3
<b>T.5 La force d'un slogan</b> Le poids des mots - Les figures de style - La démarche créative	●											5	T.2 T.3 T.4 T.7	M.2 M.3 Annexe M.3
<b>T.6 Identifier les publics</b> Choisir les publics - publics multiples, publics indirects - Ton et public - Les 12-15 ans - Choisir les médias adaptés	●					●	●				●	5	T.2 T.5 T.8 T.9	M.1 Annexe M.3
<b>T.7 La représentation de la personne</b> Rôle des personnes dans la publicité - Célébrités - Figures historiques - Avantages et risques	●			●			●		●			2 3 5	T.2 T.3 T.6 T.8	M.1
<b>T.8 L'image de la personne humaine</b> Dignité, décence, discrimination - Image du corps - Egalité homme/femme - Histoire de la beauté	●		●	●			●	●		●		4	T.2 T.6 T.7 T.11	M.1
<b>T.9 Quand l'internaute devient émetteur et diffuseur</b> Marketing viral - Levier de l'humour - Réseaux sociaux - Collecte de données - Trace numérique - Les indésirables	●						●		●	●		2 4 5	T.1 T.3 T.10 T.12	M.1 M.3 Annexe M.3
<b>T.10 La publicité en ligne ciblée sur les centres d'intérêt</b> Publicité contextuelle - Requêtes - Publicité comportementale - Facteurs d'influence	●	●							●	●		4	T.3 T.6 T.9 T.13	M.1 Annexe M.3
<b>T.11 Les questions de société</b> Environnement - Violence, incivilité - Santé, comportements à risque - Diversité	●					●	●		●			5	T.1 T.2 T.4 T.6	M.1
<b>T.12 La protection des consommateurs</b> S'informer - Se défendre - Lire les labels	●						●		●			2 3 4 5	T.1 T.9 T.10 T.11	M.1
<b>T.13 Les métiers des médias et de la communication</b> Mises en situation pour identifier les métiers et les interactions entre professionnels	●									●		4	T.1 T.2 T.3 T.9	
<b>T.14 L'anglais dans la publicité</b> La place de l'anglais - Publicités en VO - Glossaire anglais	●		●									4	T.3 T.5 T.13	M.1

## Disciplines

### Français

En transversal sur tous les ateliers et particulièrement :

- comprendre et interpréter des messages et des discours oraux complexes
- exploiter les ressources expressives et créatives de la parole
- lire des images, des documents composites
- adopter des stratégies et des procédures d'écriture efficaces

### Histoire

Les marqueurs d'une époque et leurs influences : mise en pratique de cette approche

- sur des publicités réalisées à différentes périodes
- en lien avec les progrès des techniques de communication
- histoire de la publicité

### Sciences de la vie et de la terre

La communication non publicitaire au service de la santé des sociétés : information, protection, prévention

### Mathématiques

Pour définir des objectifs de diffusion, évaluer l'efficacité d'un plan média, organiser les analyses :

- mener collectivement une investigation
- interpréter, représenter, traiter des données

### Anglais

Une fiche dédiée pour comprendre la place de l'anglais dans la publicité et travailler le vocabulaire lié au secteur souvent utilisé ou francisé par les professionnels.

### Géographie

La comparaison entre plusieurs pays de campagnes de communication pour approcher la notion de global / local :

- processus de mondialisation
- influences culturelles et économiques
- égalité hommes/femmes ; évolution des stéréotypes dans la publicité

### Enseignement moral et civique

En donnant à chacun l'opportunité d'exprimer sa sensibilité, les analyses et les méthodes de travail proposées permettent de manière transversale d'appréhender

- la vie en collectivité
- la non-discrimination
- les valeurs

Le travail sur l'utilisation par la publicité des réseaux personnels permet d'aborder

- l'usage des réseaux sociaux

### Technologie

L'impact des technologies et du numérique sur notre rapport à l'information.

L'analyse des techniques de la publicité numérique pour prendre du recul et adopter un **comportement éthique et responsable**. Les travaux de recherche sur l'internet et la concrétisation des acquis dans la réalisation d'une campagne multicanal pour développer une **culture numérique structurée**.

### Parcours avenir

La fiche thématisée T13 **Les métiers des médias et de la communication** et l'atelier numérique associé offrent des mises en perspectives concrètes et des informations sur les filières de formation pour accompagner les élèves dans leur **parcours avenir**

### Arts plastiques

Interroger la démarche publicitaire du point de vue de l'auteur et du spectateur

- la représentation
- l'appréhension et la compréhension de la diversité des images
- approche des usages du numérique pour analyser, diffuser des œuvres

### Education musicale

La place et le rôle de la musique dans la publicité

## B2i Brevet Informatique et Internet Domaines de compétence

Les fiches de ce kit, en invitant les élèves à faire régulièrement sur l'internet des observations, des recherches, de la collecte d'information contribuent à valider les compétences des domaines 2 à 5 du B2i

- 2 Adopter une attitude responsable
- 3 Créer, produire, traiter, exploiter des données
- 4 S'informer, se documenter
- 5 Communiquer, échanger

## Les fiches « OUTILS »

### • Les fiches « méthodo »

- M.1 Conduire un débat
- M.2 La créativité collective ou « brainstorming »
- M.3 Construire sa propre démarche
- Annexe M.3 Médias et formats

### • Les fiches « élève »

une fiche associée à chaque fiche thématique

### • 11 fiches « métiers »

### • 3 fiches « ressource »

- R.1 Liens utiles
- R.2 Bibliographie
- R.3 Glossaire

## Enseignements pratiques interdisciplinaires

L'éducation aux médias et à l'information se décline sur toutes les disciplines dans ce kit.

Elle se conjugue aussi en combinant certaines fiches thématiques pour couvrir différentes facettes de la thématique "Information, communication, citoyenneté"

### Socle information / communication

- T.1 Distinguer information et communication
- T.2 Les objectifs de la publicité
- T.3 Comprendre les mécanismes de la publicité

+  
1 fiche

### Thème associé

- T.8 L'image de la personne humaine
- T.9 Quand l'internaute devient émetteur et diffuseur
- T.10 La publicité en ligne ciblée sur les centres d'intérêt
- T.11 Les questions de société

+  
fiche outil

### Méthode de travail empruntée aux professionnels

La créativité collective  
Construire sa propre démarche  
Médias et formats

### Mises en pratique, exemples :

- Promouvoir un projet au sein de l'établissement - ex. le recrutement de bénévoles pour une action associative
- Réaliser une campagne de sensibilisation - ex. inciter les collégiens à aller au musée
- Conduire et documenter une enquête ou une étude - ex. mener une enquête sur les nouveaux métiers des médias et de la publicité

### Comment exploiter ce tableau ? Exemple :

La discipline **Histoire** peut trouver des illustrations dans les ateliers pratiques de la fiche thématique T.2.

Pour une démarche plus complète, en lien avec le thème général du kit, il est suggéré de traiter aussi les fiches thématiques T.1, T.4, T.6 et T.11.

La fiche T.2 valide les compétences du domaine 4 du B2i.